



Cómo usar el comunicado de prensa personalizable de Early Achievers

Si usted decide usar el comunicado de prensa personalizable que se proporciona en el Juego de Herramientas de Early Achievers, he aquí algunas directrices.

1. Los comunicados de prensa son mejores cuando se los envía por correo electrónico, ya sea en el cuerpo de un correo electrónico o como un documento adjunto.
2. Presente sus comunicados de prensa, cuando los envíe, escribiendo una línea de asunto interesante que explique el propósito del correo electrónico. Por ejemplo, “Comunicado: Cuidado de niños XYZ (nombre del cuidado de niños de su hijo) de Spokane Recientemente Reconocido por la Calidad”.
3. Configure el comunicado de prensa en el cuerpo del correo electrónico. Por ejemplo “Sírvese encontrar adjunto un comunicado de prensa del Cuidado de Niños XYZ sobre su rendimiento emocionante”. O escriba más como un correo electrónico normal. “Estimado(a)??? Soy el director de Cuidado de Niños XYZ y nuestro centro logró recientemente un Nivel de Calidad de Excelencia. El siguiente comunicado de prensa contiene más detalles.”
4. Envíe el comunicado de prensa sin demora. Por ejemplo, si usted está anunciando que se le ha clasificado, envíe el comunicado de prensa en el transcurso de uno o dos días de recibir su clasificación. Las organizaciones de noticias se muestran renuentes a cubrir algo que tiene semanas o incluso un mes o dos de antigüedad.
5. Esté preparado para las llamadas telefónicas y responda de inmediato. Si un reportero se pone en contacto con usted y usted está realmente ocupado eso es una cosa, pero trate de evitar pedirles a los medios de comunicación que le vuelvan a llamar en otro momento. Probablemente no lo harán. Asimismo, es posible que los medios de comunicación pidan la oportunidad de obtener videos o fotografías. Si esto es algo que usted no desea hacer, puede reconsiderar el envío de un comunicado de prensa o, como alternativa, ofrezca proporcionar imágenes digitales al medio de comunicación.
6. Al enviar un comunicado de prensa, está bien un correo electrónico masivo, pero usted debería enviarse el comunicado de prensa a sí mismo y copia oculta a las personas que les esté enviando el correo electrónico.
7. La creación de una lista de las personas a quienes enviar el comunicado de prensa es tal vez el paso que consume más tiempo. (Más en el punto 8) Saber dónde buscar y con quién comunicarse será más fácil. He aquí algunas sugerencias.
 - Envíe el comunicado de prensa a tres estaciones de televisión grandes que transmiten en su zona, afiliadas de ABC, NBC y CBS. Las ciudades más grandes, tales como Seattle y Portland, también tendrán operaciones de prensa en la afiliada de FOX y en estaciones independientes.
 - Envíe el comunicado de prensa a alguna estación de radio local que ofrece noticias.
 - Envíe el comunicado de prensa al periódico local. No olvide las publicaciones más pequeñas, tales como periódicos o publicaciones semanales o de especialidad.
 - Envíe el comunicado de prensa a los benefactores. Por ejemplo, si su sitio es parte de una organización sin fines de lucro más grande, hágale saber a la organización matriz. Considere enviar el comunicado de prensa a los negocios cercanos.
8. La recolección de direcciones de correo electrónico es más fácil de lo que se podría pensar. Casi cada medio de comunicación tiene un sitio Web, ábralo y busque una página de



contacto o un lugar para enviar sugerencias de noticias. Si usted tiene relación con un presentador de noticias en particular, póngase en contacto con él directamente. (Si bien es útil, por supuesto no es necesario para el éxito).